

9. Estructura de costes

A la hora de fijar la estructura de costes definimos los gastos que la empresa va a tener que afrontar y que posteriormente se podrán recuperar a través de la venta de los servicios ofertados.

Para fijar el precio se debe analizar cuánto cuesta el producto mediante la suma de todos los costes de la empresa: costes directos e indirectos.

- Los costes directos están formados por todos aquellos asociados directamente a la fabricación del producto.
- Los costes indirectos están asociados con aquellos que afectan a todo el conjunto de la empresa y se descomponen en los relacionados con los costes administrativos y comerciales, los costes financieros...)

El modelo de negocio está impulsado por el valor diferencial que se ofrece con un alto grado de personalización.

Los costes directos:

Los costes directos que la empresa va a tener que soportar se basan en la contratación de los servicios a empresas que ya los proporcionan por adelantado y que posteriormente serán ofrecidos al cliente dentro de su pack personalizado.

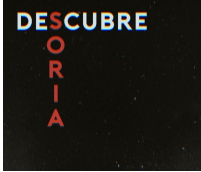
Los costes indirectos:

-Costes indirectos de explotación: están compuestos por los costes administrativos y comerciales.

Los **costes administrativos** excluyen los relacionados con el espacio físico de trabajo ya que pensamos incluir la idea de negocio en el programa de aceleración ofrecido por Soria Futuro S.A con una cuota de 18.-euros mensuales por el alquiler del espacio y los medios necesarios para poder llevar a cabo la actividad, en colaboración con El Hueco (Soria) que nos ayudarán en lo referente a la gestión, la proporción de un espacio físico con conexión a internet y apoyo financiero de hasta 25000.-euros.

Descubre Soria necesitará además un **impulso comercial** a través de publicidad que podremos hacer frente con las subvenciones iniciales, pero posteriormente tras haber consumido la cantidad que será proporcionada desde las fondos públicos de la Comunidad Autónoma o la S.A de Futuro Soria deberemos integrarlos dentro de este apartado.

Se compone de los costes de contratación de una agencia de publicidad online para la creación de banners y páginas de aterrizaje que posteriormente se puedan incluir en páginas web del sector turístico que puede llegar a costar 1500.-euros y que es necesario ir renovando por temporada.

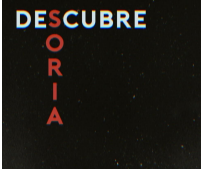


También hay que tener en cuenta que a la hora de publicitarse mediante Google Adwords es una manera muy innovadora en la que sólo se tendrá que pagar por cada clic que haga un usuario. Para ello tenemos que fijar un presupuesto diario para la campaña, en torno a 7,-euros diarios lo que supondría la cantidad de 200, euros mensuales. A partir de este punto Google nos indicará el potencial de la campaña y habrá que ajustar el presupuesto a la realidad.

Por último, cabe destacar que la empresa requiere un seguro multirriesgo para poder cubrir todos los servicios que va a ofrecer. La prima anual de este tipo de seguros para una pyme suele costar entre 300 y 400,-euros. A parte, un seguro de accidentes por aproximadamente 800,-euros anuales y un seguro de Responsabilidad Civil, necesario para proteger a la empresa frente a reclamaciones de tercero que asegurando 150000,-euros por 100,-euros anuales.

COSTES TOTALES APROXIMADOS POR MENSUALIDAD: 505,-EUROS

Cabe destacar que no hemos incluido nuestros sueldos porque esta idea de empresa surge como una actividad de trabajo pero también como algo para realizar en el tiempo libre compaginando con otro trabajo o los estudios. Por eso, en la actualidad no buscamos un beneficio económico personal, que podríamos llegar a obtener con el tiempo, sino que sigamos avanzando y ampliando nuestra empresa reinvertiendo todos los beneficios que se obtengan para poder ir adquiriendo mayor experiencia para



futuros

proyectos.

